

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

Bab ini merupakan uraian dari kesimpulan penelitian yang telah dilakukan serta implikasi yang didapat dari penelitian, dan rekomendasi bagi berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian ini serta bagi peneliti selanjutnya.

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Emosi Positif dan Ekuitas Merek terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Wanita di Kota Bandung diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat emosi positif, ekuitas merek dan pembelian impulsif partisipan pada penelitian ini relatif seimbang. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian antara kategori kelompok tinggi dan kelompok rendah memiliki perbedaan jumlah yang cenderung sedikit.
2. Tidak terdapat pengaruh emosi positif terhadap pembelian impulsif pada konsumen wanita di Kota Bandung.
3. Terdapat pengaruh ekuitas merek terhadap pembelian impulsif pada konsumen wanita di Kota Bandung. Artinya, semakin tinggi ekuitas merek seseorang, maka semakin tinggi pula pembelian impulsifnya. Seseorang yang memandang penting suatu merek dapat melakukan pembelian secara spontan mengenai merek yang memiliki nilai lebih bagi dirinya.

#### **B. Implikasi**

Pembelian impulsif pada konsumen wanita di Kota Bandung cenderung tinggi, artinya konsumen melakukan pembelian secara spontan tanpa memikirkan dampak kedepannya, dalam penelitian ini hal tersebut dipengaruhi oleh salah satu variabel ekuitas merek yang dapat meningkatkan tingginya pembelian impulsif. Ekuitas merek pada

konsumen merupakan salah satu faktor yang memengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian.

Oleh karena ini diharapkan konsumen wanita di Kota Bandung dapat mengevaluasi segala bentuk pembelian yang terjadi karena ketertarikan atau komitmen dengan merek tertentu. Namun, temuan penelitian menyatakan bahwa pembelian impulsif tidak terjadi jika konsumen dalam keadaan emosi positif. Hal itu disebabkan jika keadaan emosi positif, maka konsumen dapat memikirkan kembali dalam melakukan pembelian (Lazarus, 2006). Penelitian yang dilakukan Lazarus (2006), menyebutkan bahwa dalam proses kognitif, ketika individu dalam keadaan tenang maka dapat mempertimbangkan beberapa hal ketika melakukan keputusan. Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai gambaran pada konsumen wanita di Kota Bandung.

### **C. Rekomendasi**

Adapun rekomendasi untuk beberapa pihak terkait penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memilih responden dengan selektif sesuai karakteristik penunjang variabel yang telah ditentukan sebelumnya serta kondisi tempat pengambilan data yang kondusif.
2. Masyarakat atau konsumen dapat melakukan evaluasi sebelum melakukan pembelian dengan adanya regulasi emosi positif salah satunya keinginan membantu terhadap orang lain yang tinggi sehingga terhindar dari pembelian impulsif.